

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Vers une institutionnalisation de l'agriculture bio ?

Van Dam, Denise; Nizet, Jean; Streith, Michel

Published in:
Vertigo

DOI:
[10.4000/vertigo.10847](https://doi.org/10.4000/vertigo.10847)

Publication date:
2011

Document Version
le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):

Van Dam, D, Nizet, J & Streith, M 2011, 'Vers une institutionnalisation de l'agriculture bio ? Etude de deux manifestations promotionnelles en Alsace', *Vertigo*, VOL. 11, Numéro 1. <https://doi.org/10.4000/vertigo.10847>

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Vers une institutionnalisation de l'agriculture bio ? Étude de deux manifestations promotionnelles en Alsace

Denise Van Dam, Jean Nizet et Michel Streith



Édition électronique

URL : <http://vertigo.revues.org/10847>

ISBN : 978-2-923982-56-4

ISSN : 1492-8442

Éditeur

Les Éditions en environnement VertigO

Ce document vous est offert par Université
de Namur



Référence électronique

Denise Van Dam, Jean Nizet et Michel Streith, « Vers une institutionnalisation de l'agriculture bio ? Étude de deux manifestations promotionnelles en Alsace », *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement* [En ligne], Volume 11 Numéro 1 | mai 2011, mis en ligne le 20 mai 2011, consulté le 18 novembre 2016. URL : <http://vertigo.revues.org/10847> ; DOI : 10.4000/vertigo.10847

Ce document a été généré automatiquement le 18 novembre 2016.



Les contenus de *VertigO* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Vers une institutionnalisation de l'agriculture bio ? Étude de deux manifestations promotionnelles en Alsace

Denise Van Dam, Jean Nizet et Michel Streith

Introduction

- 1 Avec le commerce équitable, le secteur forestier et l'investissement éthique, l'agriculture biologique figure parmi les pionniers d'une nouvelle génération de mouvements sociaux, conceptualisés par Gendron et ses collègues (Gendron et Turcotte, 2006 ; Gendron, Vaillancourt et Audet, 2010) comme nouveaux mouvements sociaux économiques (NMSE). Logés au cœur même de l'activité économique, ces mouvements contestent le modèle dominant tout en élaborant un contre-modèle. Ils font irruption au sein même du fonctionnement de l'économie au travers de nouveaux modes de régulation. Ainsi, à côté des formes d'action collective plus habituelles telles que les manifestations, les pétitions, les occupations, les boycottages et "buycotts", émergent des stratégies de collaboration avec les acteurs économiques traditionnels et les pouvoirs publics.
- 2 Cette cohabitation entre deux répertoires d'action en partie opposés – contestation, d'une part, collaboration, de l'autre – est source de tensions, comme le soulignent les auteurs (Gendron 2006 ; Gendron et Turcotte, 2006, p. 7) : « L'observation de la dynamique entre les acteurs révèle justement un certain malaise : une partie du mouvement accepte une collaboration, que celle-ci ait lieu à l'intérieur du schéma de certification ou par son insertion dans la chaîne de commercialisation traditionnelle, alors qu'une autre partie du mouvement refuse cette intégration qu'elle perçoit comme une assimilation et une dégradation des valeurs et des idéaux défendus. »

- 3 Dans le cadre de cette contribution, nous replaçons ces tensions à l'intérieur d'une évolution vers l'institutionnalisation qui, selon plusieurs auteurs, caractérise le mouvement de l'agriculture bio. Dans la première partie de l'article, qui pose le *cadre théorique*, nous suggérons que cette institutionnalisation prend deux directions : vers le monde politique d'abord, vers le monde économique ensuite. Ces hypothèses relatives à la double institutionnalisation nous paraissant toutefois insuffisamment opérationnelles, ce qui nous amène à les compléter en empruntant à la théorie de l'acteur réseau. Dans la deuxième partie, nous présentons brièvement *l'objet* de la recherche – deux manifestations promotionnelles du bio alsacien – ainsi que *la méthode*. Dans la troisième partie, nous procédons à *l'analyse détaillée* des deux manifestations, en utilisant la grille dérivée de la théorie des réseaux. Dans la quatrième partie, nous reprenons ces résultats et nous discutons *l'hypothèse de la double institutionnalisation*. Nous montrons qu'elle est partiellement vérifiée, ce qui pose la question de savoir comment l'institutionnalisation a pu s'opérer. Une *nouvelle hypothèse* émerge ici de nos données, qui suggèrent que les progrès vers l'institutionnalisation passent par un remplacement de la génération des acteurs favorables au bio radical, par une génération d'acteurs qui met en avant un bio plus consensuel. Nous terminons l'article en reliant cette hypothèse au contexte de l'étude.

Cadre théorique et hypothèses de recherche

Une double institutionnalisation

- 4 Parler de collaboration avec les acteurs politiques et économiques traditionnels revient, plus largement, à poser la question de l'institutionnalisation du mouvement de l'agriculture biologique. Commons (1934, p. 69) définit l'institution comme une action collective en contrôle de l'action individuelle, contrôle basé sur l'élaboration des règles s'appuyant sur un intérêt général ou des valeurs sociales négociés et justifiés, selon l'expression qui sera ultérieurement utilisée par Boltanski et Thévenot (1991). Appliquée dans le champ organisationnel, l'institutionnalisation désigne ces organisations qui, ensemble, constituent un espace reconnu de vie institutionnelle : fournisseurs clés, consommateurs de ressources et de produits, agences de régulation et organisations qui élaborent des produits ou des services similaires (DiMaggio et Powell (1991, p. 64 ; cité par Daudigeois, 2010, p. 179).
- 5 En nous inspirant de ce que montre Bozonnet pour les mouvements écologiques, nous considérons que l'institutionnalisation du mouvement de l'agriculture bio peut se faire dans deux directions. Vers le monde politique institué, d'abord, vers le monde économique de l'entreprise, ensuite (Bozonnet, 2010, p. 105-106).
- 6 D'abord vers le monde politique institué. Le monde politique prend le relais de l'action militante en mettant les questions environnementales – pour ce qui nous concerne, l'agriculture biologique – à l'agenda des politiques publiques nationales et européennes. C'est ainsi que les cahiers de charge, certifications, labels, mécanismes de contrôle développés par les diverses associations de l'agriculture bio ont progressivement été repris et adaptés par les diverses législations nationales pour aboutir à des règlements communautaires dont le premier date de 1991 (règlement communautaire 2092/91). Cette légitimation des normes va de pair avec des interventions politiques diverses. L'agriculture bio fait partie du deuxième pilier de la politique agricole commune ; des

plans stratégiques pour l'agriculture bio font partie de l'arsenal des politiques agricoles d'un nombre croissant de nations et de régions. Audet (2008, p. 5) parle de « cadre réglementaire hybride » en raison notamment du chevauchement des sphères nationales et internationales, d'une part, et des sphères publique et privée d'autre part.

- 7 Une seconde évolution peut s'opérer vers le monde économique de l'entreprise. C'est le cas notamment lorsque le secteur du bio évolue vers des modalités de production et de commercialisation propres au secteur de l'agriculture conventionnelle, ce qu'ont notamment montré Buck et Guthman (1997) à propos de la production fruitière bio en Californie. Cette institutionnalisation de caractère plus économique impliquerait la perte des valeurs éthiques et l'affaiblissement des communautés de pratique ; dans les termes de Boltanski et Thévenot (1991), une évolution vers les « mondes » marchand et industriel tendrait à réduire les dimensions civiques et domestiques du bio. Depuis lors, de nombreux auteurs ont tenté d'infirmer, de confirmer ou d'adapter cette hypothèse, dans des pays aussi divers que la Nouvelle-Zélande, l'Allemagne, le Canada, ou la Belgique (Stassart et Jamart, 2009 ; Best, 2008 ; Hall et Moggyorody, 2001). Certains (Campbell et Liepins, 2001 ; Coombes et Campbell, 1998) parlent d'un processus de bifurcation, consistant en la coexistence pacifique entre deux types d'agriculture bio : le bio industriel et le bio mouvement social.

Les actants constitutifs du réseau

- 8 Dans cet article, nous interrogeons l'hypothèse de la double institutionnalisation en procédant à l'analyse de la genèse et du développement de deux événements promotionnels de l'agriculture bio en Alsace. Compte tenu de la nature de nos deux objets et dans le souci d'opérationnaliser les hypothèses relativement générales que l'on vient d'exposer, nous mobilisons dans cette recherche un second cadre théorique, celui de l'acteur réseau (Akrich et al., 2006 ; Amblard et al., 2005 ; Callon et al. 1999 ; Latour, 1992). On soulignera ici deux traits importants de cette théorie.
- 9 Tout d'abord, l'intérêt porté par les auteurs à « l'action en train de se faire », plutôt qu'au produit fini, un trait qui rend ce cadre particulièrement adapté à l'analyse de la genèse et du développement des deux projets qui nous occupent. Le parti pris des auteurs est d'inverser le sens commun qui prétend qu'une innovation ou un projet remportent du succès parce qu'ils sont techniquement bons ; de leur point de vue, au contraire, un projet est considéré comme bon parce qu'il obtient du succès. Autrement dit, un projet, aussi bon soit-il sur le plan technique, n'a aucune chance de survivre s'il n'est pas porté, « aimé » par un réseau. Inversement, un projet aimé a toutes ses chances de pouvoir se développer et de remporter du succès. La question centrale des auteurs concerne alors les conditions à partir desquelles les acteurs parviennent à coopérer pour lancer, développer et rendre irréversible un nouveau projet.
- 10 La deuxième caractéristique de la théorie est de considérer un réseau comme une métaorganisation rassemblant des humains et des non humains qui interagissent les uns avec les autres. Les auteurs veulent ainsi en finir avec la conception dualiste du monde où, d'un côté il y a les humains et, de l'autre côté les objets. Cette représentation ne rendrait pas compte de la complexité de la réalité, où humains et non-humains sont en interaction constante. Ainsi, les auteurs parlent d'« actants » plutôt que d'« acteurs ». Ces actants sont de quatre types : des êtres humains et leurs compétences ; des objets tels que des machines, des outils, ou encore des animaux ; des informations telles que des textes,

des disquettes, des statistiques ; et de l'argent. Cette typologie des actants permet d'opérationnaliser la théorie de la double institutionnalisation. Il s'agira en effet de faire le tri, parmi les divers actants mobilisés dans la constitution des réseaux que nous analyserons, entre ceux qui relèvent de l'agriculture biologique comme mouvement social militant et ceux qui relèvent de son institutionnalisation, tantôt économique, tantôt politique.

Objet et méthode

- 11 Nos analyses portent donc sur deux événements promotionnels du bio en Alsace, qui ont lieu chaque année : la Foire Eco-Bio d'Alsace et le Salon BiObernai. Ils sont nés à des époques historiques différentes, le premier a vu le jour en 1982, dans un contexte social hostile au bio, tandis que le deuxième est né en 2004, dans un climat plus favorable.
- 12 L'intérêt de ce double objet – Foire et Salon, créés à vingt ans d'intervalle – est qu'il nous permet de procéder à deux comparaisons. La première concerne la seule Foire : nous comparons la manière dont le projet se construisait aux débuts de son existence et la manière dont il se construit aujourd'hui. La seconde démarche consiste à comparer Foire et Salon à leurs débuts.
- 13 Cet article s'inscrit dans une recherche plus vaste que les auteurs ont menée sur l'agriculture bio en Alsace (Van Dam et al., 2011), région qui occupe progressivement une position de leader en matière d'agriculture biologique et qui pourrait, au-delà de ses particularismes, être considérée comme une référence pour les autres régions françaises, voire européennes. L'objet de cette recherche plus large consiste à analyser, à partir de points de vue divers (sociologique, anthropologique, géographique, historique et psychologique), les conditions et les processus qui favorisent le développement du bio en Alsace.
- 14 Pour la recherche dont il est question dans cet article, nous avons interviewé les créateurs et les coordinateurs actuels des deux manifestations, des responsables d'associations du bio en Alsace associés de près ou de loin à ces initiatives, ainsi que des agriculteurs qui participent à la Foire ou au Salon, soit une douzaine d'entretiens. Toutes les interviews, qui avaient une durée moyenne de 1h15, ont été menées par les auteurs de l'article, par équipe de deux ; un des chercheurs conduisait l'entretien et l'autre prenait des notes. Les interviews faisaient ensuite généralement l'objet d'un *bilan* quelques heures après leur déroulement. Elles étaient retranscrites intégralement, puis réanalysées dans le cadre de réunions de travail. Nous avons également consulté des documents écrits et les sites web afférents aux deux organisations.

Les réseaux de la Foire et du Salon

- 15 Nous en venons maintenant à l'analyse de la construction des réseaux pour chacune des deux manifestations.

La Foire Eco-Bio d'Alsace

- 16 Nous sommes en 1972. Dans un contexte d'hostilité à l'agriculture bio, un homme seul, petit viticulteur et militant écologique, décide d'organiser une foire annuelle rassemblant

les agriculteurs bio de France, d'Allemagne et de Suisse : la « Foire européenne du pain, vin et fromage écobiologique ». Le comité organisateur de la Foire (composé de petits agriculteurs et viticulteurs bio gagnés par les causes linguistique et écologique alsaciennes) se réunit tout au long de l'année autour des « Stamtisches », tables de discussions où l'on parle en alsacien. Le ton est à la contestation : résistance à l'agriculture conventionnelle, résistance à la langue française, résistance à certains modes de vie et, finalement une remise en question fondamentale de la société dans son ensemble. L'événement plonge manifestement ses racines dans trois identités : identité bio, identité linguistique et identité régionale.

- 17 Malgré l'investissement des organisateurs, la foire a des difficultés à décoller. L'opinion et les pouvoirs publics boudent l'événement, considérant les agriculteurs bio comme des « hurluberlus » et des « soixante-huitards attardés ». Ainsi, faute d'être « aimée » par le public, la foire n'aura lieu qu'une seule fois. Il faut attendre une dizaine d'années avant qu'elle ne renaisse de ses cendres. C'est chose faite en 1982, grâce à un autre pionnier du bio. L'homme est défini par les uns et les autres comme une personnalité forte, possédant des qualités de rassembleur et d'organisateur et comme un fin analyste politique. Il parvient rapidement à créer un comité d'organisation de la foire dont les deux finalités sont clairement définies : « promouvoir l'agriculture bio » et « changer le monde ». Pour la première finalité, la foire se veut un rassemblement des producteurs bio de toute la France et même au-delà. Il s'agit de sortir l'agriculture bio de l'anonymat et de la marginalité, en lui donnant une plus grande visibilité. Dans un contexte de quasi-absence de circuits de vente appropriés au bio, la foire offre une opportunité commerciale importante, surtout aux petits producteurs. En effet, durant plusieurs années, une partie importante du chiffre d'affaires des agriculteurs bio sera réalisée lors de cet événement annuel. Quant à la finalité sociétale, il s'agit de contester les forces dominantes, bien au-delà du champ agricole et de la France. À côté des problématiques écologique et bio, les relations Nord-Sud occupent une place importante dans l'événement. Chaque année, un thème est mis en avant, tels que le nucléaire, les OGM, la mondialisation, les droits de l'homme, les relations nord-sud. Le ton est à la contestation, l'opposition à l'ordre établi.
- 18 Regardons à présent les différentes composantes du réseau, autrement dit les actants. Prenons d'abord les êtres humains et leurs compétences. Le comité organisateur est composé du preneur d'initiative de la Foire en 1972, d'un viticulteur pionnier du bio, d'un maraîcher bio, d'un céréalier bio et d'un agriculteur en conventionnel, mais ayant des sympathies pour le bio ainsi que d'un conseiller agricole d'une association en biodynamie. Ils sont tous relativement jeunes et partagent les mêmes opinions écologique et politique de gauche. L'un d'eux deviendra conseiller municipal pour les Verts. Certains font partie de l'association Paysans travailleurs, ancêtre de la Confédération paysanne (syndicat agricole alternatif).
- 19 La double finalité « promotion du bio » et « changement de la société » se reflètent dans la nature des exposants : à côté des agriculteurs bio, diverses associations sont invitées : associations de coopération au développement, de défense de la nature et mouvements contre le nucléaire. Tant les agriculteurs que les associations sont soigneusement choisis par le comité. Ainsi, pour les associations, la préoccupation écologique doit faire partie de leurs revendications ou de leur fonctionnement.
- 20 Progressivement, l'organisation de la foire prend de l'ampleur, nécessite de l'aide logistique et une coordination sans faille, autrement dit, se professionnalise. Le comité peut compter sur le soutien d'un nombre important de bénévoles. Des responsabilités et

une division des tâches sont rigoureusement définies. Des réunions regroupant les porte-parole des différentes associations sont organisées tout au long de l'année, autour des « Stammtisch ». Cette démarche inclusive et participative trouve toutefois son corolaire dans l'exclusion de certains acteurs : les pouvoirs publics et le secteur privé. En effet, la foire se veut indépendante de tout soutien politique et commercial, ce qui n'est pas au goût des autorités communales, comme nous le verrons plus loin.

- 21 La foire est financièrement autosuffisante grâce aux faibles coûts logistiques. En effet, la main d'œuvre est constituée de bénévoles et l'infrastructure du lieu est simple : des chapiteaux et des tentes installés dans le centre du village et dans les prairies avoisinantes. Côté rentrées financières, la contribution des agriculteurs-exposants et le prix d'entrée des visiteurs sont largement suffisants. Chaque année la foire génère même un bénéfice qui est versé à des causes humanitaires, telle que la cause palestinienne. Cette autonomie financière constitue un réel défi et une fierté pour les organisateurs.
- 22 Comme nous l'avons vu, dès le départ la foire s'est donné une vocation contestatrice. Cette option se reflète dans la nature des informations diffusées. Des conférences sur l'agriculture bio, mais également sur des sujets politiques « chauds » sont organisées tout au long de la manifestation. Les organisateurs prennent soin d'inviter des orateurs de haut niveau. En contrepartie, en cohérence avec la volonté d'indépendance, aucune personnalité politique n'est invitée. La nature anti commerciale et critique se reflète au niveau des brochures d'information : sobre, sur papier recyclé, avec une absence totale de publicité.
- 23 Le lieu, considéré comme un objet technique dans la théorie des réseaux sociotechniques, est à l'image des ambitions de la foire. En effet, depuis ses débuts, la foire a lieu dans la ville historique de Rouffach. L'endroit est symbolique à trois égards : premièrement, la ville héberge un important lycée agricole d'Alsace, deuxièmement, l'endroit est bucolique et troisièmement, l'architecture de la ville s'inscrit dans la tradition alsacienne. Certains interviewés parlent d'un « village gaulois bien sympathique ».
- 24 Retournons un instant à la présence des « êtres humains et leurs compétences » pour découvrir les visiteurs. Le caractère contestataire de la foire attire essentiellement un public de convaincu, surtout à ses débuts. Certains font le déplacement de loin et installent leurs tentes pour participer à l'entièreté des conférences et débats. Progressivement toutefois, le contexte social devenant moins hostile au bio, des familles qui ne militent pas en faveur du bio s'offrent du beau temps en flânant dans ce lieu bucolique. Petit à petit, la « Foire de Rouffach » devient une institution incontournable du bio, visitée chaque année par plusieurs dizaines de milliers de personnes.
- 25 Puis, au bout de 25 ans d'existence, un problème se fait jour. L'amour porté au projet présente quelques failles. La première est apportée par un acteur extérieur : le pouvoir municipal de Rouffach. En 2007, la municipalité refuse pour la première fois l'organisation de la Foire, invoquant des problèmes de sécurité et de santé publique. La deuxième faille provient de quelques exposants et visiteurs qui n'apprécient guère les dernières prises de position politique de certains membres du comité, jugées trop extrêmes, telles que l'opposition au Traité de la Constitution européenne. Enfin, troisièmement, certains membres du comité organisateur mettent en question la légitimité même de la foire : quelle peut encore être la place de la Foire dans un contexte de plus en plus favorable au bio et alors que les créneaux de commercialisation ne cessent de se multiplier ? De plus, disent-ils, la culture politique n'est plus à la contestation, mais

aux compromis. Ainsi, au bout de plus de vingt-cinq ans de fonctionnement, des menaces tant externes qu'internes annoncent la mort de la Foire à Rouffach.

- 26 Finalement, la Foire est sauvée. Une nouvelle équipe, composée de quelques anciens et de plusieurs nouveaux se met en place. Parmi les anciens se trouve le créateur de la Foire en 1982 qui assurera la transition pendant un an. Les nouveaux membres ont des profils professionnels et des formations diversifiés (viticulteurs, maraîchers, artisan, employés ; de formation agricole, informatique, comptabilité et secrétariat), des âges différents (entre 20 et 55 ans) ; certains viennent en couple. Tous sont toutefois engagés dans la vie associative agricole et culturelle ; certains sont affiliés aux Verts. Selon le président de la Foire, tous avaient été sollicités en raison de la pertinence de leurs compétences (en graphisme, en informatique, en pratiques organisationnelles) pour l'organisation de la foire. Il est à noter que le cahier de charge de la Foire mentionne l'interdiction (pour les exposants et pour les membres du comité) d'appartenir à un mouvement d'extrême droite.
- 27 À cette occasion, la Foire change de nom et de lieu. C'est ainsi que la 26^e « Foire éco- bio d'Alsace » a lieu dans le Parc des expositions à Colmar. Le terme de « foire » est maintenu en raison de ses connotations à la fête, à la tradition, à la convivialité. Ce changement sera l'occasion d'une remise en question des finalités et du fonctionnement de l'événement. Un des organisateurs estime que « le fait de changer de site, ça a donné une autre approche à la bio ».
- 28 Lors des entretiens, le nouveau comité organisateur de la Foire attribue bon nombre d'atouts au Parc des expositions à Colmar. Tout d'abord la sécurité et les commodités sanitaires, ensuite le confort des exposants (« fini de se trouver les pieds dans la boue lorsqu'il pleut et les malaises lorsque le soleil est trop au rendez-vous »), la facilité des visiteurs (proximité du stationnement). Ils regrettent toutefois la perte de l'aspect bucolique de Rouffach, à laquelle ils essaient de remédier en humanisant le plus possible le nouveau lieu au travers des espaces verts, d'un bac à sable géant, etc. Autre avantage avancé : le déplacement de la Foire de la campagne à la ville l'a ouverte à un nouveau public, des « non-initiés » du bio.
- 29 Les membres du nouveau comité organisateur que nous avons interviewés insistent sur le maintien des valeurs initiales de la Foire, à savoir la « promotion de l'agriculture bio » et le « changement du monde ». L'idéologie de la décroissance partage sa place avec celle du développement durable. La plus grande partie des emplacements est réservée aux agriculteurs, suivis par les mouvements sociaux et les associations humanitaires (avec l'écologie dans leurs préoccupations). Les grandes entreprises de transformation et de commercialisation n'y sont toujours pas les bienvenues. Le soutien logistique des bénévoles reste important. Le fonctionnement en réseau constitue toujours une valeur importante. Ainsi, ce premier actant que sont « les êtres humains et leurs compétences » a connu peu de modifications. Les changements principaux se situent au niveau « des informations » et de « l'argent ».
- 30 En effet, tant la communication avec le public que la communication interne ont subi d'importants changements. Si l'ordre établi est toujours contesté, il l'est davantage au travers d'exposés pédagogiques que d'interventions contestataires. Certains interviewés prétendent que c'est bien le ton et non pas le contenu qui a changé. D'autres, par contre, estiment que les deux se sont « adaptés » au nouveau contexte : « Début des années 2000, on sent déjà un bouleversement des mentalités, une ouverture d'esprit. Et il n'est plus nécessaire de choquer les gens ou de se défendre pour pouvoir exprimer ses convictions

(...). L'esprit a changé pour être plus pédagogique que militant. » À voir de plus près le programme, force est de constater toutefois que les conférences abordent toujours des sujets jugés « délicats » tels que la problématique des nanotechnologies, du nucléaire, des OGM ainsi que le sort des immigrés. Le comité maintient son intransigeance quant à la publicité commerciale, qui reste interdite dans les kiosques, les brochures d'informations ainsi que sur le site Web récemment créé.

- 31 Depuis peu, les organisateurs ont créé un nouvel outil de réflexion, de coopération et de communication : « la charte éthique des foires et salons écologiques, biologiques et alternatifs » qui doit permettre à la Foire de se différencier des foires et salons bio et écologique de type commercial. Deux maîtres mots ont servi de fil conducteur pour sa rédaction : la cohérence (entre des idées et des pratiques, ainsi que des actions et des démarches de tous les acteurs) et le respect (de l'environnement, de la planète, du public, des intervenants, des autres foires et salons, des travailleurs). Ensuite, la charte décline ces deux principes de base en un ensemble d'obligations précises.
- 32 Quant à la communication interne, le courriel remplace progressivement les communications téléphoniques, estimées trop chronophages. Cette nouvelle modalité de communication est certes moins chaleureuse, mais bien plus efficace en matière de gain de temps, estiment-ils. Un des organisateurs insiste sur le caractère démocratique du fonctionnement par courriel : « Le mail, je trouve que c'est une révolution presque démocratique dans la mesure où tout le monde était toujours au courant de tout (...). Donc, du coup, ça fait un fonctionnement qui est beaucoup moins pyramidal (...) il y a un fonctionnement qui est beaucoup plus horizontal, réseau ». Ainsi, outre son caractère efficace, le courriel permet une participation de tous à la discussion et aux décisions. Les organisateurs interviewés estiment toutefois que les courriels ne remplacent pas les multiples réunions autour des « stammtisch » qui renforcent le lien social. Selon un des organisateurs, « militantisme et convivialité » doivent aller de pair. Ainsi, se porte-t-il garant de l'organisation régulière de réunions avec les divers porte-paroles des membres du réseau. Ils insistent tous sur l'importance du fonctionnement par réseau, comme en témoigne l'extrait suivant : « La plus belle aventure est le fonctionnement par commissions et par réseau (...). On entend souvent dire 'il faut un homme fort pour que ça marche'. Ici, on a un fonctionnement efficace, mais par réseau. »
- 33 L'équilibre financier, élément de fierté des organisateurs depuis le début, est soumis à quelques pressions, tant du côté coûts que rentrées d'argent. En effet, les frais de location du lieu et des animations sont plus élevés. Côté rentrées, les petits agriculteurs bio sont hésitants à payer des frais d'emplacement importants. Dans un contexte de multiplication des créneaux de vente des produits bio, la foire perd de son intérêt commercial pour eux. Les visiteurs ne sont pas enclins à payer un droit d'entrée majoré. Ainsi, la Foire s'est trouvée pendant quelques années devant un problème d'équilibre financier. Certaines voix s'élèvent alors en faveur des subventions publiques, ce qui entre en collision avec la volonté de liberté totale à l'égard des pouvoirs publics. L'intervention des acteurs privés commerciaux, par la publicité ou de l'aide directe, reste toutefois proscrite. Au bout de quelques années de fonctionnement, le nouveau comité a réussi à atteindre, à nouveau, un équilibre financier.

Le Salon BiObernai

- 34 En 2004, le Salon BiObernai est créé dans la ville du même nom par un grand producteur de légumes bio, de formation agricole, dont le parcours professionnel est signé bio : représentant d'un organisme de contrôle, il a vérifié le respect du cahier des charges des exploitations bio dans les quatre coins du monde. Ensuite il a créé une marque privée pour le bio en Alsace et a occupé la fonction de responsable de la communication dans un organisme de défense du bio. Il insiste sur le nom de « salon », qui évoque plutôt le professionnalisme et la modernité. Considéré par l'ensemble des interviewés comme « un homme à l'avance de 10 ans sur son temps, mais éprouvant des difficultés à créer un consensus », il prend seul la décision de créer le Salon. Entrepreneur, il s'adjoint rapidement les services d'une entreprise de communication privée. L'organisation du Salon se veut d'emblée une initiative performante, organisée selon les principes de gestion d'une entreprise. Le professionnalisme, le marketing, la communication, l'ouverture aux mondes politique et industriel sont les maîtres mots du fondateur.
- 35 Le contexte sociétal joue en faveur de sa conception de l'événement. Nous sommes au début des années 2000 : le bio est sollicité par une opinion publique choquée par la succession des catastrophes agroalimentaire (scandale de la dioxine, scandale de la vache folle, etc.). La prise de conscience des problèmes écologiques est aiguë. Le développement durable devient le nouvel enjeu de société, auquel tant le monde politique, industriel, scientifique et les citoyens souscrivent. L'heure est au consensus, tant les problèmes sont graves, peut-on lire dans les médias et entendre dans les discours. Les conflits de classe font place à la coopération entre classes sociales pour faire face aux problèmes écologiques. Tel est en résumé le contexte dans lequel le nouveau salon voit le jour.
- 36 Regardons à présent les quatre types d'actants qui composent le réseau du Salon. Commençons par les acteurs et leurs compétences. Contrairement aux organisateurs de la Foire, l'organisateur du salon peine à enrôler des agriculteurs bio dans le réseau. Assez rapidement il réoriente ses sollicitations vers les acteurs bio non agricoles, avec succès. Ainsi, il met en place un réseau composé d'opérateurs (privés et publics) en amont et en aval de la production agricole bio, des représentants des secteurs bien-être/santé et écologique. Le but affiché est l'ouverture du bio aux non convaincus.
- 37 Dès le départ, les différentes composantes du réseau constituent à l'intérieur de l'organisation du Salon, un « espace » spécifique, géré par un coordinateur qui est en relation étroite avec l'organisateur du Salon. Contrairement à la conception du réseau à la Foire, ici le réseau fonctionne de façon centripète : l'organisateur du Salon est le point convergent de toutes les interactions. C'est lui, *in fine*, qui décide de la composition de chaque espace. Il parle d'ailleurs de la création d'un « concept » de Salon, qu'il a breveté. Pour la gestion de l'événement, il a créé une SARL, formule juridique plus souple qu'une formule associative. Elle occupe du personnel salarié et des stagiaires.
- 38 Les espaces comprennent « les métiers » de toute la filière bio, à savoir les agriculteurs (qui sont peu nombreux), les transformateurs de produits alimentaires et les distributeurs (y compris la grande distribution). Ensuite, il y a l'espace consacré aux associations écologiques et sociales et aux institutions politiques. L'organisateur insiste sur la conception dynamique des espaces. Ils ne sont pas figés, mais évoluent dans le temps. Prenons l'exemple de l'espace écojardinage, qui s'est créé grâce à un exposant botaniste qui a pu mobiliser une dizaine d'horticulteurs, de producteurs d'outils de

jardinage adaptés au bio, de vendeurs de produits de traitement bio. Récemment, des espaces « bien-être » et « mode et stylisme » ont été créés. Les animations font également partie du réseau. L'organisateur est ambitieux. Ainsi, pour son édition de 2009, le Salon a créé un partenariat avec les Haras nationaux, pour illustrer la biodiversité. Les visiteurs ont pu découvrir 40 races de chevaux, ânes et poneys élevés en Alsace. Enfin, comme dans la plupart des salons, on trouve également des espaces pour la restauration et pour les conférences.

- 39 Cette conception du réseau, composé d'espaces, se reflète dans l'organisation spatiale de l'événement, qui se veut à la fois convivial et facile à gérer. Le Salon a lieu sur un grand stationnement au centre de la ville d'Obernai. Un hall construit à l'occasion de l'exposition universelle à Paris, en début du XX^e siècle, et déménagé à Strasbourg, puis à Obernai constitue l'endroit central. Autour sont disposés des chapiteaux et des stands. Le lieu est divisé en divers espaces à l'image des « corporations moyenâgeuses ». Cette conception de l'espace répond, selon l'organisateur, au souhait des visiteurs d'utiliser efficacement leur temps : ils peuvent aller « tout droit » vers les exposants de leur choix, sans se perdre dans un « pêle-mêle » de stands.
- 40 La communication externe, jugée stratégique, fait l'objet de beaucoup de soins. Ici, rien n'est laissé au hasard ; une agence de communication est d'ailleurs sollicitée pour s'en charger. Chaque année, dans un lieu institutionnel symbolique et en présence de partenaires politiques, une conférence de presse est organisée pour lancer le Salon. Depuis 2007, celle-ci se tient dans la Maison de la Presse à Strasbourg. Non sans fierté, l'organisateur souligne le nombre important de journalistes qui répondent à l'invitation. Par ailleurs, les activités lors du Salon sont largement couvertes par la presse écrite, internet, radio et télévision. Nous sommes sortis de notre entretien avec un très volumineux dossier de presse sur la dernière édition de l'événement. Celui-ci est également annoncé par des affiches (3000), des tracts (100.000) et un site Web de fabrication professionnelle. L'internaute peut d'ailleurs visionner une vidéo haute en couleur tournée sur le lieu de l'événement. Des brochures luxueuses (papier glacé et couleur) présentent le programme, les différents exposants et des témoignages. Des publicités de partenaires commerciaux y côtoient celles des partenaires institutionnels. En ce qui concerne les communications internes, celles-ci se gèrent essentiellement via les courriels et quelques réunions de coordination. Elles sont plutôt de type centripète, à savoir entre les porte-paroles et l'organisateur.
- 41 Les conférences-débats organisées au moment du Salon traitent chaque année d'un thème différent, tels que la biodiversité, le terroir, les énergies durables, l'eau. Les orateurs sont choisis avec soin. Le ton est plutôt au consensus. Ainsi, pas d'articles dénonçant la politique agricole dans la brochure, pas d'orateurs au discours provocant lors des conférences, pas de banderoles contre les OGM parmi les exposants. La présence et le soutien des acteurs institutionnels et privés lors de la séance d'inauguration rendraient difficiles des notes trop dissonantes. Selon l'organisateur, il est temps de sortir de la période « adolescente » du bio caractérisé par le « contre » et de s'engager dans une dynamique « pour » et « d'innover, s'intégrer dans la société ». Le public a besoin d'être correctement informé sur le bio en Alsace, et le monde politique est sollicité à prendre position. Ainsi, informations et consensus figurent parmi les maîtres mots du Salon.
- 42 Organiser un Salon coûte cher, même très cher. La location des lieux, la communication, les animations et la gestion matérielle nécessitent des moyens importants. Les entreprises privées et les institutions politiques furent d'emblée sollicitées. Jusqu'à présent, un tiers

du financement est d'origine institutionnelle (Conseil régional, Conseil général du haut Rhin, ville d'Obernai, etc.), un autre tiers provient de partenaires privés, tels les banques, les chaînes de grande distribution, la Société des eaux, les producteurs de gaz, les producteurs de bière, etc. Enfin, le dernier tiers est apporté par les exposants et par les visiteurs.

Discussion des résultats

- 43 Le tableau ci-dessous présente de façon synthétique les finalités/valeurs et la composition du réseau de la Foire et du Salon à leur début ainsi que, pour la Foire, l'évolution de celles-ci.

Tableau 1. Finalités et actants des deux manifestations

	Foire européenne du pain, vin et fromagerie écologique à ses débuts	Foire européenne du pain, vin et fromagerie écologique aujourd'hui (Foire Eco-bio d'Alsace)	Salon BioObernai aujourd'hui
Finalité et valeurs	<ul style="list-style-type: none"> promouvoir les agriculteurs bio et l'écologie contestation de l'ordre établi (« changement de société ») conception de l'agriculture bio comme un mouvement social - décroissance (avant la lettre) 	<ul style="list-style-type: none"> promouvoir les agriculteurs bio et l'écologie auprès du grand public contestation de l'ordre établi (« changement de société ») conception de l'agriculture bio comme un mouvement social - décroissance et développement durable 	<ul style="list-style-type: none"> promouvoir la filière du bio, de l'écologie et du « bien-être » auprès du grand public conception de l'agriculture bio comme un secteur économique développement durable
Acteurs	<ul style="list-style-type: none"> agriculteurs bio mouvements sociaux et vie associative, avec composante écologique transformateurs bio artisanaux et petits commerçants bénévoles 	<ul style="list-style-type: none"> agriculteurs bio mouvements sociaux et vie associative, avec composante écologique transformateurs bio artisanaux et petits commerçants service de santé et de bien-être services d'animation conviviaux tels que le syndicat d'élevage et d'utilisation du cheval de trait du Haut-Rhin - bénévoles 	<ul style="list-style-type: none"> peu d'agriculteurs bio entreprises de transformation, grande distribution services de santé et de bien-être institutions politiques - vie associative services d'animation prestigieux tels que les Haras nationaux de France personnels salariés et stagiaires
Lieu	<ul style="list-style-type: none"> endroit symbolique et convivial (lycée agricole, tradition alsacienne, endroit bucolique) 	<ul style="list-style-type: none"> endroit fonctionnel et convivial 	<ul style="list-style-type: none"> endroit fonctionnel et convivial
Information	<ul style="list-style-type: none"> communication externe : provocation communication interne : démocratie et convivialité - objets : brochures sur papier recyclé 	<ul style="list-style-type: none"> communication externe : moins de provocation et plus de pédagogie ; « charte éthique » communication interne : démocratie, convivialité et efficacité - objets : brochures sur papier recyclé, site Web sobre 	<ul style="list-style-type: none"> Communication externe : consensus et marketing Communication interne : centralisation et professionnalisme - objets : brochures luxueuses, site Web élaboré avec publicité, vidéo, <i>pressbook</i>, affiches avec sponsors
Argent	<ul style="list-style-type: none"> - indépendance et autonomie 	<ul style="list-style-type: none"> refus des aides privées - sollicitation des aides publiques 	<ul style="list-style-type: none"> dépendance des aides privées et publiques - brevetage du concept du Salon

L'hypothèse de la double institutionnalisation

- 44 Dans quelle mesure ces résultats valident-ils l'hypothèse de l'institutionnalisation du mouvement de l'agriculture bio : institutionnalisation vers le monde politique, d'une part et vers le monde économique, de l'autre ? Pour répondre à cette question, il est utile de distinguer l'évolution que l'on observe entre les deux manifestations au moment de leur genèse (comparaison entre colonnes 1 et 3) et l'évolution interne de la Foire durant ses trois décennies d'existence (comparaison entre colonnes 1 et 2).
- 45 La comparaison entre les deux manifestations à leurs débuts montre une nette évolution vers l'institutionnalisation tant politique qu'économique, que ce soit au niveau des finalités, des acteurs (et leurs compétences), de la communication que du financement de l'activité. (Seul le choix du lieu échappe à cette tendance.) La Foire s'inscrivait dans une

démarche radicale, tandis que le Salon s'est d'emblée placé dans une démarche plutôt consensuelle et commerciale. Voyons ceci dans le détail.

- 46 Sur le plan des finalités et des valeurs, on constate une nette différence : du côté de la Foire, une conception du bio comme mouvement social, dont les deux vocations sont la défense des agriculteurs bio et la contestation des inégalités sociales, et du côté du Salon, une conception du bio comme un secteur économique dont tous les éléments de la filière méritent d'être pris en compte (évolution vers l'institutionnalisation économique). L'idéologie de la décroissance s'est fait supplanter par celle, plus consensuelle et politiquement correcte – selon les interviewés – du développement durable (évolution vers l'institutionnalisation politique). Au niveau des acteurs, si dans les années 1980 les agriculteurs bios et les mouvements sociaux ainsi que la vie associative étaient les seuls à occuper le terrain lors de la Foire, ce n'est plus le cas à partir de 2004, au Salon. Ceux-ci, en effet, partagent l'espace, au sens propre comme au figuré, avec les entreprises privées de transformation alimentaire et de grande distribution, avec les banques et assurances, les services de santé et de bien-être, etc. (institutionnalisation économique). Les institutions politiques sont également présentes (institutionnalisation politique). Il est également à noter que le Salon fait appel à des services d'animation prestigieux tels que les Haras nationaux de France. À côté de ces objets-espaces, soulignons l'arrivée de nouveaux objets-information, tels que le site Web, une vidéo promotionnelle, un *dossier de presse*, une brochure luxueuse (institutionnalisation économique). En ce qui concerne le lieu cependant, l'hypothèse n'est que partiellement vérifiée. Dans les deux cas, en effet, le lieu est convivial. Toutefois, la valeur symbolique du lieu, chère à la Foire, n'est pas présente au Salon, qui privilégie le côté fonctionnel (institutionnalisation économique). La tendance vers l'institutionnalisation économique est à nouveau bien présente au niveau des informations. Le style provocant de la Foire contraste avec un style consensuel, inspiré des pratiques de marketing, pour le Salon. Cette rupture se poursuit au niveau de la communication interne, où le caractère démocratique et convivial de la Foire s'oppose au caractère de centralisation et de professionnalisme du Salon. Une rupture nette s'opère lorsqu'il est question d'argent. Autant la Foire tenait à son indépendance et son autonomie financière, autant le Salon a sollicité dès le départ des aides privées (institutionnalisation économique) et publiques (institutionnalisation politique). Le brevetage du concept du Salon participe également à l'évolution vers l'institutionnalisation économique.
- 47 Cette évolution qui sépare les premières éditions de la Foire et les premières éditions du Salon ne se reflète qu'en partie dans *l'évolution interne de la Foire* entre ses débuts et aujourd'hui. Ici, nos deux hypothèses d'institutionnalisation politique et économique ne sont que très partiellement vérifiées.
- 48 Certes, les finalités et les valeurs sont devenues moins radicales et plus consensuelles, même si « l'esprit du départ » est maintenu. Quant aux acteurs, la gamme des exposants s'est légèrement élargie vers les services de santé et de bien-être, bien que les agriculteurs bios et les mouvements sociaux, ainsi que les acteurs de la vie associative écologique occupent toujours la place centrale. Les grands acteurs commerciaux (grande distribution, banques, assurances) restent exclus et les acteurs institutionnels ne sont toujours pas présents. Nous ne pouvons donc pas parler d'une tendance nette vers l'institutionnalisation, qu'elle soit politique ou économique. Par contre, le processus d'institutionnalisation économique se manifeste au travers du changement de lieu. Suite à de multiples contraintes externes et internes, le lieu bucolique de Rouffach a été

délaissé en faveur d'un lieu plus fonctionnel, le Parc des expositions à Colmar. L'esprit « bon enfant » est toutefois maintenu grâce aux multiples aménagements. Quant à l'information, le processus d'institutionnalisation politique se remarque au travers du style et du contenu des communications externes, où la pédagogie et les thèmes « politiquement corrects » remplacent la provocation. Toutefois, face à cette tendance, un nouvel outil a vu le jour – la « charte éthique » – qui permet à la Foire de se distinguer d'initiatives plus commerciales. Ce même mouvement d'évolution et de contre-évolution se produit dans le domaine de la communication interne. Ici, c'est l'introduction du courriel dans les échanges qui pourrait être considérée comme un indicateur d'institutionnalisation économique, dans la mesure où il manifeste le souci d'une plus grande efficacité. Toutefois, ce sens est immédiatement détourné par les organisateurs, qui considèrent que le courriel constitue une avancée démocratique facilitant le travail en réseau et la communication « horizontale ». À côté de l'introduction de cet outil informatique, la forme traditionnelle de réunion – les Stamtisches – est maintenue. Sur le plan budgétaire, les organisateurs de la Foire envisagent de solliciter des aides publiques (institutionnalisation politique). Ils continuent toutefois à refuser toute forme d'aide venant d'acteurs commerciaux, ce qui dément le processus d'institutionnalisation économique.

- 49 Au terme de ces deux comparaisons, la double hypothèse de l'institutionnalisation politique et économique est donc partiellement vérifiée. Plus précisément, elle est largement vérifiée par la comparaison Foire/Salon, qui manifeste des évolutions sensibles, et d'ampleur similaire sur les deux registres ; elle est par contre peu validée par la comparaison Foire des débuts/d'aujourd'hui, puisque les évolutions observées sont beaucoup plus timides et sont souvent compensées par des évolutions en sens inverse, ou par des réinterprétations dans le sens de la logique militante du mouvement social.

L'hypothèse émergente des générations

- 50 La recherche aurait pu s'arrêter ici. Les résultats discordants obtenus pour les deux comparaisons opérées ci-dessus (respectivement Foire/Salon et Foire des débuts/d'aujourd'hui) nous amènent toutefois à poursuivre l'analyse, dans la mesure où ils éclairent *la manière dont l'évolution vers la double institutionnalisation s'opère*.
- 51 Supposons que les résultats de nos deux comparaisons aient été comparables : que la comparaison Foire/Salon ait manifesté le même écart en matière d'institutionnalisation que la comparaison Foire des débuts/d'aujourd'hui. On aurait pu en conclure que les progrès vers l'institutionnalisation se manifestent indistinctement chez tous les acteurs et tous les projets, qu'ils soient plus anciens ou plus récents. La discordance constatée indique plutôt que les progrès vers l'institutionnalisation prennent davantage la forme de nouveaux projets et de nouveaux acteurs. Quant aux anciens projets et acteurs, ils n'évoluent que très partiellement, intégrant certaines pratiques plus institutionnalisées adoptées par les nouveaux (dans notre étude, une communication externe qui se veut plus « pédagogique »), rejetant d'autres (les aides des entreprises) et détournant le sens d'autres encore (l'usage du courrier électronique).
- 52 Cette conclusion peut être reformulée et affinée à partir de la théorie des générations (Dieu, 1999 ; Athias-Donfut, 1988). En effet, nos comparaisons font bien apparaître que les progrès de l'institutionnalisation passent par un remplacement de la génération des acteurs peu favorables à celle-ci, par une génération d'acteurs qui l'est davantage. Nous

ne développerons pas dans le détail cette nouvelle hypothèse qui émerge de nos analyses, mais nous nous limiterons à quelques indications qui devraient en montrer la pertinence pour le contexte de cette étude.

- 53 Plusieurs chercheurs s'accordent à reconnaître qu'une génération se définit par des traits « objectifs », mais aussi par la manière dont elle est « construite » par différents acteurs (tant ceux qui la constituent, que d'autres acteurs qui lui sont étrangers) (Dieu, 1999, p. 78-82).
- 54 Dans le cas qui nous occupe, il conviendrait donc d'approfondir les différences objectives qui séparent la génération qui a porté la Foire, de celle qui a monté le Salon. D'un côté se trouve un noyau d'agriculteurs bio qui se sont engagés dans des luttes sociales radicales, engagement qui s'est poursuivi dans leurs propres pratiques professionnelles (notamment en commercialisant du vin sous l'appellation « vin biologique », ce qui est interdit par la loi, qui n'accepte que l'appellation « vin issu de raisons de culture biologique »). De l'autre côté se trouve un agriculteur bio qui s'est engagé dans une démarche de soutien commercial du bio en créant notamment une marque bio privée. Son ancien métier de contrôleur pour un organisme de certification bio l'a fait voyager dans le monde entier. Ensuite il a été responsable de la communication pour un organisme de défense du bio.
- 55 Il faudrait aussi montrer comment ces deux générations font l'objet d'une construction sociale à laquelle participent différents groupes d'acteurs. C'est tout d'abord les acteurs qui constituent la génération en question qui contribuent à cette construction. Ainsi, les acteurs qui portent la Foire se présentent eux-mêmes comme des idéalistes, des militants d'un changement social profond qui, pour certains d'entre eux, implique la perspective de la décroissance ; ils se disent prêts à utiliser le moyen de la désobéissance civile. À côté du militantisme politique, ils soulignent leur attachement à « la chaleur humaine », la création de « véritables liens entre ceux qui produisent et ceux qui consomment », la nécessaire combinaison entre « une démarche militante et festive ». Quant aux acteurs qui portent le Salon, ils se définissent comme des réalistes, des gens qui sont en cohérence avec leur temps, des bons organisateurs, des gens qui ont la fibre du marketing et de la communication et qui sont mus par un esprit entrepreneurial.
- 56 Les acteurs de chacune des deux générations parlent également de l'autre génération, contribuant ainsi à la construction sociale de celle-ci. Ainsi des acteurs qui constituent l'ancienne « génération Foire » parlent des acteurs de la nouvelle « génération Salon » en relevant le côté commercial, la recherche de subsides, le langage politiquement correct ; ils leur reprochent de faire du « *green washing* » ; l'un d'entre eux va jusqu'à dire que « le Salon est l'antithèse de la Foire ». Quant aux acteurs de la « génération Salon », ils parlent de la « génération Foire » en soulignant son militantisme « contre », qu'ils associent à une forme d'« adolescence », comme en témoigne l'extrait suivant. « Donc, ils étaient antisociété. C'est comme l'adolescence. Cela met un certain temps, mais après, on est content quand ça passe ». Ils leur reprochent aussi une certaine naïveté : ils ne prêchent que pour des convaincus.
- 57 Enfin, des acteurs qui ne sont impliqués ni dans l'une ni dans l'autre, en parlent également dans des termes tantôt de projet réellement collectif, porté par des agriculteurs convaincus (pour la Foire), tantôt de projet individuel, porté par un seul homme « avant-gardiste, qui fonce à du 300 à l'heure et qui n'arrive pas à comprendre que ceux qui sont derrière n'ont pas forcément le même véhicule ». Quelqu'un parle de

« deux visions qui sont opposées ». Ils contribuent donc également, à leur manière, à la construction du rapport entre ces deux générations.

- 58 En résumé, ces hypothèses émergentes, qui se rattachent à la théorie des générations, devraient effectivement pouvoir nous aider à mieux comprendre la manière dont, en Alsace, le mouvement de l'agriculture bio évolue vers l'institutionnalisation, tant économique que culturelle.

Conclusion

- 59 Nous avons voulu tester l'évolution de l'agriculture bio alsacienne vers l'institutionnalisation politique et économique, au travers deux manifestations promotionnelles, la Foire Eco-Bio d'Alsace et le Salon BiObernai. Cette comparaison fait apparaître une nette différence tant au niveau des finalités et des valeurs, que des différents actants constitutifs du projet : essentiellement les acteurs, les informations et l'argent. L'hypothèse de la double institutionnalisation est donc ici vérifiée. Nous avons par ailleurs suivi l'évolution interne de la plus ancienne des deux manifestations, à savoir la Foire. La comparaison des actants composant le réseau au début et aujourd'hui ne confirme que très partiellement l'hypothèse de la double institutionnalisation. Elle fait par contre émerger une nouvelle hypothèse, issue de la théorie des générations, qu'il conviendrait d'approfondir par des travaux ultérieurs : l'évolution constatée serait avant tout le fait du remplacement d'une génération qui promeut un bio plus radical par une génération qui met en avant un bio plus consensuel.

Biographie

- 60 Denise Van Dam est psychologue et docteure en sociologie, elle est chargée de cours à l'Université de Namur où elle coordonne le groupe Développement durable. Elle est l'auteure de plusieurs ouvrages et articles dans les domaines de l'identité culturelle et de l'agriculture biologique.
- 61 Michel Streith est anthropologue, chargé de recherche au CNRS, membre du laboratoire Dynamiques sociales et recomposition des espaces (LADYSS). Il a publié plusieurs articles et ouvrages sur la construction des savoirs dans les agricultures biologiques et paysannes.
- 62 Jean Nizet est sociologue et philosophe. Il est professeur aux Universités de Namur et de Louvain-la-Neuve et est l'auteur de divers ouvrages dans les domaines de la théorie des organisations, de la gestion des ressources humaines et de la formation des adultes.

BIBLIOGRAPHIE

Akrich, M., M. Callon et B. Latour, 2006, *Sociologie de la traduction. Textes fondateurs*, École des Mines de Paris, Paris.

Amblard, H., Ph. Bernoux, G. Herreros et J.-Y. Livian, 2005, *Les nouvelles approches sociologiques des organisations*, Les éditions du Seuil, Paris.

Attias-Donfut, C., 1988, *La sociologie des générations. L'empreinte du temps*, PUF, coll. « Le sociologue », Paris.

Audet, R., 2008, L'horizon interdisciplinaire de la sociologie de l'environnement sur le terrain de l'agriculture alternative, [VertigO] - *La revue en sciences de l'environnement*, vol. 8, No 2, [En ligne]
URL : <http://vertigo.revues.org/5534>, Consulté le 12 mai 2011.

Best, H., 2008, Organic agriculture and the conventionalization hypothesis : a case study from West Germany, *Agriculture and Human Values*, 25, pp. 95-106.

Boltanski, L. et L. Thévenot, 1991, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Gallimard, coll. NRF Essais, Paris.

Bozonnet, J.-P., 2010, « L'écologisme autrement : naissance d'un grand récit et désinstitutionnalisation des formes d'action écologiste », in Gendron C., J.-G. Vaillancourt et R. Audet (dir), *Développement durable et responsabilité sociale. De la mobilisation à l'institutionnalisation*, Presses Internationales Polytechnique, Québec, pp. 101-116.

Buck, D., C. Getz et J. Guthman, 1997, From farm to table: the organic vegetable commodity chain of northern California, *Sociologia Ruralis*, 37, pp. 3-20.

Callon, M. (dir.), 1999, *Réseau et coordination*, Economica, Paris.

Campbell, H. et R. Liepins, 2001, Naming organics : understanding organic standards in New Zealand as a discursive field, *Sociologia Ruralis*, 41 (1), pp. 22-39.

Commons, J.-R., 1934, rééd.1990, *Institutional economics. Its place in Political Economy*, The Mac Millan Company, Transaction Publishers, New Brunswick.

Coombes, B. et H. Campbell, 1998, Dependent reproduction of alternative modes of agriculture : organic farming in New Zeland, *Sociologia Ruralis* 38 (2), pp. 127-145.

Deaudigeois, T., 2010, Des instituts de normalisation en quête de profit et de légitimité : etude compare de la production de norms de développement durable en France et en Angleterre, in Gendron C., J.-G. Vaillancourt et R. Audet (dir), *Développement durable et responsabilité sociale. De la mobilisation à l'institutionnalisation*, Presses Internationales Polytechnique, Québec, pp. 175-197.

Dieu, A.-M., 1999, *Valeurs et associations. Entre changement et continuité*, L'Harmattan, coll. « Logiques sociales », Paris.

DiMaggio, P.-J et W.W. Powell, 1991, *The new institutionalism in organizational analysis*, University of Chicago Press, Chicago.

Gendron, C. et M.-F. Turcotte, 2006, Les nouveaux mouvements sociaux économiques au cœur d'une nouvelle gouvernance, *Organisations et territoires*, 16, no1

Gendron, C., 2006, Codes de conduite et nouveaux mouvements socioéconomiques : la constitution d'un nouvel ordre de régulation à l'ère de la mondialisation, *Revue Gestion*, HEC Montréal, 31, no 2, p. 55-64.

Gendron, C., J.-G. Vaillancourt et R. Audet, 2010, *Développement durable et responsabilité sociale. De la mobilisation à l'institutionnalisation*, Presses Internationales Polytechnique, Québec.

Hall, A. et V. Mogyorody, 2001, Organic farmers in Ontario : an examination of the conventionalization argument, *Sociologia Ruralis*, 41, pp. 399-422.

Latour, B., 1992, *Ces réseaux que la raison ignore*, la Découverte, Paris.

Stassart, P.M. et D. Jamart D., 2009, Agriculture biologique et verrouillage des systèmes de connaissances. Conventionalisation des filières agroalimentaire bio, *Innovations Agronomiques*, 4, pp. 313-328.

Van Dam, D., M. Streith et J. Nizet (dir), 2011, *L'agriculture bio en devenir. Le cas alsacien*, P.I.E. Peter Lang, Bruxelles.

RÉSUMÉS

L'agriculture biologique en tant que nouveau mouvement social économique est parcourue par des tensions. Dans cet article nous posons l'hypothèse qu'elles font évoluer le mouvement vers l'institutionnalisation. Nous testons cette hypothèse en comparant deux événements promotionnels du bio en Alsace : la Foire Eco-Bio d'Alsace, créée en 1982 dans un contexte hostile au bio et le Salon BioBernai, créé en 2004 dans un contexte plus accueillant. Nous observons ces évolutions au travers du prisme de la construction des réseaux, tel qu'il est théorisé par la sociologie de la traduction. L'hypothèse de l'institutionnalisation est partiellement confirmée. La recherche fait par ailleurs émerger une seconde hypothèse, qui renvoie à la théorie des générations. En effet, les comparaisons font apparaître que les deux évolutions passent par un remplacement de la génération des acteurs favorables au bio radical, par une génération d'acteurs qui met en avant un bio plus consensuel.

We consider organic farming as a « new social economic movement ». As such, it is crossed by several tensions pushing the movement to evolve. We make the hypothesis that an evolution is going on towards institutionalization. We test this hypothesis by comparing two promotional events in Alsace : the *Foire Eco-Bio d'Alsace*, created in 1982 in a hostile environment to organic farming, and the *Salon BioBernai*, established in a more organic-favorable environment. We analyze this evolution through the prism of network construction, as theorized by the sociology of networks of Callon and Latour. The hypothesis of institutionalization is partially confirmed. Through our research, a second hypothesis emerges, which refers to the theory of the generations. Indeed, the comparison between the two promotional events shows that the institutionalization goes through a replacement of the generation that was in favour of radical organic farming by a generation that emphasizes the more consensual organic farming.

INDEX

Mots-clés : Agriculture biologique, nouveau mouvement social économique, institutionnalisation, théorie des réseaux, événements promotionnels, Alsace

Keywords : Organic agriculture, new social economic movement, institutionalization, theory of networks, promotional events

AUTEURS

DENISE VAN DAM

Psychologue et docteur en sociologie, Chargée de cours à l'Université de Namur (FUNDP), Faculté des Sciences économiques, sociales et de gestion, 8, Rempart de la vierge, 5000 Namur, Courriel : denise.vandam@fundp.ac.be

JEAN NIZET

docteur en sociologie, Professeur à l'Université de Namur (FUNDP) et à l'Université de Louvain (UCL), Faculté des Sciences économiques, sociales et de gestion, 8, Rempart de la vierge, 5000 Namur, Courriel : Jean.nizet@fundp.ac.be

MICHEL STREITH

Docteur en anthropologie, Chargé de recherche au CNRS, membre du laboratoire Dynamiques sociales et recomposition des espaces (LADYSS).

Université de Paris X, LADYSS, Bâtiment K (Max Weber), 200, avenue de la République, 92001 Nanterre Cedex, Courriel : michel.streith@yahoo.fr